



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

El desafío de impulsar pensamientos alternativos al modelo hegemónico mundial

Gabriel Lamanna

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 4, N.º 2, diciembre 2018

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

El desafío de impulsar pensamientos alternativos al modelo hegemónico mundial

Gabriel Lamanna

liclamanna@gmail.com

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Argentina

Interrogantes que se tornan inevitables

¿Cuál es el grado de compromiso por parte de las dirigencias políticas partidarias tradicionales en pos de los sistemas democráticos de gobierno?

¿Contribuyen los medios masivos de información con la preservación y la creación de una cultura política verdaderamente democrática?

¿Constituyen los medios masivos de información una alternativa para la formación de la opinión pública en contraposición con las dirigencias políticas partidarias tradicionales?

¿Qué tipo de interrelación predomina entre las dirigencias políticas partidarias tradicionales y los medios masivos de información?

¿Con qué nivel de exactitud podemos determinar los efectos que causan los medios masivos de información sobre la opinión pública en general?

¿Podemos anticipar el panorama futuro de la relación democracias/medios masivos de información?

Si tomamos a las preguntas precedentes como interrogantes estrictamente científicos, desde ya, no transitaríamos un camino correcto al pretender hallar respuestas unívocas y contundentes. No obstante, constituiría una falta de respeto y compromiso (individual y colectivo) evadir estas cuestiones e intentar la búsqueda de explicaciones en un tiempo donde la inmensa mayoría de los seres humanos se halla relegada a los más grandes esfuerzos y sacrificios por alcanzar un nivel de

vida digno en contraposición con los desmesurados beneficios que gozan un puñado de personas poderosas.

¿Cuál es el grado de compromiso por parte de las dirigencias políticas partidarias tradicionales en pos de los sistemas democráticos de gobierno?

El encabezado del número de mayo/junio de 2018 *Foreign Affairs* traduce el espíritu del momento: "¿Está muriendo la democracia?"(...) apunta directamente al centro de la pregunta (Jorge: 2018, <https://www.foreignaffairs.com/articles/2018-04-16/democracy-dying>). La nota firmada por Gideon Rose, enumera los signos rutinarios de esta "regresión democrática": la concentración del poder en el ejecutivo, la politización del poder judicial, los ataques contra los medios de comunicación independientes (...)

Advierte que, entre los que investigan el fenómeno, los "optimistas" creen que la democracia global "seguirá retrocediendo a menos que los países prósperos encuentren formas de reducir la desigualdad y gestionar la revolución de la información". Los pesimistas "temen que el juego haya llegado a su fin y el dominio democrático terminado para siempre" (...).

"En la vasta literatura sobre democratización, los investigadores discrepan sobre muchos temas, pero hay un punto que tiene una aceptación casi unánime: la desigualdad extrema es incompatible con la democracia" (Jorge: 2018).

Más allá de la elocuente actualidad de la problemática planteada, no podemos aseverar que ésta es reciente o novedosa. Y para demostrarlo, basta con releer una nota de opinión de mi autoría que ya cumplió 17 años y se difundió con el título de "Democracticidio argentino" que, a continuación, reproduzco:

"Todo parece indicar que, antes de cumplir un siglo de práctica, el sistema democrático argentino devorará a uno de sus elementos vitales para su funcionamiento: los gobernantes.

A pesar de que esta puede ser una premonición excesivamente audaz, no contiene un grado mínimo de sorpresa, porque hace más de setenta años que en nuestro país se comete -de manera cada vez más periódica- "democraticidio".

Los sucesivos golpes militares, la permanente obsesión de los gobernantes por perpetuarse en el poder y la sumisión de la voluntad política a la omnipotencia de los grupos económicos han agravado en nuestros ciudadanos dos características negativas que el periodista Walter Lippmann observó en la sociedad estadounidense apenas pasado el año 1920: la falta de interés por la política y el desconocimiento de los asuntos públicos.

Estas falencias, propias del otro elemento esencial del sistema democrático (los gobernados), sólo profundizan la crítica situación que atraviesa “el gobierno del pueblo, por el pueblo y para el pueblo”. Por ello, la aguda observación de Lippmann -lejana en tiempo y espacio- es asimilable y hasta exigua si tenemos en cuenta el comportamiento de los argentinos en la actualidad.

En realidad, el panorama es crítico porque ya no podemos culpar como lo hacíamos -y con absoluta razón- al autoritarismo asesino empleado por los militares. Ahora, el funcionamiento antidemocrático del sistema proviene de la mismísima democracia. Y si no es así, ¿cómo se entiende que la Unión Cívica Radical, que ocupa el tercer puesto en la escala de preferencia de los argentinos antes de la creación de la Alianza, hoy tenga a su principal representante -al menos, en el plano formal- como presidente de la Nación sin que su partido haya ascendido al primer lugar de esa escala? Además, ¿cómo puede ser que el otrora candidato presidencial de Acción por la República (tercero a la hora de obtener sufragios en 1999) se haya convertido en la única persona capaz de salvar al país de la crisis? En otras palabras, ¿cómo se le explica al pueblo argentino que, por más que cumpla con su deber de votar, indefectiblemente termina siendo gobernado por los partidos o los candidatos menos populares? ¿Será producto del arte de la política? Pero como si todo eso fuera poco perjudicial para la democracia, muchos políticos argentinos recurren a otras prácticas tan nefastas como las mencionadas precedentemente. Entre ellas, es común el colocar en puestos de gobierno a sus parientes (no vale la pena mencionar a los amigos) con la excusa de la necesidad de rodearse con gente que goce de su extrema confianza.

Además, es demasiado tarde para evitar una de las mayores injusticias que padece la Argentina: la exclusión social (un caldo de cultivo propicio para el desarrollo de todo tipo de clientelismo político).

Pero quizás estemos a tiempo de frenar un proceso tan o más grave que el anterior: “la exclusión cerebral”. Nuestro país no puede -no debe- continuar desperdiciando recursos humanos, gente capacitada, idónea, que -además- tiene la voluntad de trabajar de manera honesta.

En síntesis, es hora de que la Argentina no cometa otro “democraticidio”, aunque la posibilidad de evitarlo recaiga casi con exclusividad sobre sus gobernantes y sobre la dirigencia política (o peor aún, sobre los dirigentes en general), máximos responsables de la agónica y creciente decadencia del sistema político, económico y social” (Lamanna: 2001).

Ahora bien, supongamos que ni la marcada actualidad a nivel mundial ni los antecedentes comparables con nuestro país resulten suficientes para responder la pregunta inicial. Quizás el renombre y las palabras de otros autores nos demuestren la gravedad de la situación a pesar del transcurso del tiempo:“(...) el que es verdaderamente popular ha de considerar de qué modo podrá evitarse que la gente común no esté muy necesitada, porque el estarlo es causa de que sea malo aquel gobierno popular” (ARISTÓTELES: 1985).

“(...) donde el que gobierna procura su interés y bien particular, es república viciosa (...) (Aristóteles: 1985, p. 126).”

“Cuando la virtud deja de existir, la ambición entra en los corazones capaces de recibirla y la codicia se apodera de todos los demás. Los deseos cambian de objeto: lo que antes se amaba, ya no se ama; si se era libre con las leyes, ahora se quiere ser libre contra ellas; cada ciudadano es como un esclavo escapado de la casa de su amo; se llama rigor a lo que era máxima; se llama estorbo a lo que era regla; se llama temor a lo que era atención. Se llama avaricia a la frugalidad y no al deseo de poseer. Antes, los bienes de los particulares constituían el tesoro público, pero en cuanto la virtud se pierde, el tesoro público se convierte en patrimonio de los particulares. La República es un despojo y su fuerza ya no es más que el poder de algunos ciudadanos y la licencia de todos” (Montesquieu: 1984).

“Si queréis, pues, dar al Estado consistencia, aproximad los grados extremos todo lo posible, no toleréis ni gentes opulentas ni poderosos. Estos dos estados, naturalmente inseparables, son igualmente funestos al bien común; del uno salen los causantes de la tiranía y del otro los tiranos: es siempre entre ellos donde se hace el tráfico de la libertad pública; uno la compra y otro la vende” (Rousseau: 1984).

“(...) cuanto más se alejan de su fuente las contribuciones públicas, más onerosas son. Esta carga no debe medirse por la cantidad de impuestos, sino por el camino que han de recorrer para volver a las manos de donde salieron; cuando esta circulación es rápida y bien organizada, no importa que se pague poco o mucho: el pueblo es siempre rico y las finanzas marchan siempre bien. En cambio, por poco que el pueblo dé, cuando este poco no vuelve a él, dando siempre se agota pronto; el Estado no es nunca rico, y el pueblo es siempre mísero” (Rousseau: 1984).

¿Contribuyen los medios masivos de información con la preservación y la creación de una cultura política verdaderamente democrática?

Si bien los debates en torno a esta temática ya atraviesan varias décadas y posiciones contrapuestas entre quienes se han interesado en develar una cuestión difícil de demostrar de manera clara y contundente, en el campo académico actual existe una total coincidencia entre los expertos, quienes reconocen la influencia que los medios masivos de información ejercen sobre la cultura política de los individuos.

Sin embargo, dicho acuerdo exhibe varias contraposiciones que pueden sintetizarse en dos teorías enfrentadas. Por un lado, se hallan quienes postulan una injerencia mediática negativa, agrupados en torno a las "Teorías del Malestar Mediático"; mientras que -en menor grado- se ubican los defensores de la "Teoría de la Movilización Cognitiva" (Jorge: s/f <https://cambiocultural.org/temas-clave/efectos-politicos-de-los-medios>).

Los primeros señalan a la apatía, el cinismo político, la pérdida de compromiso cívico y la desconfianza en el sistema democrático (incluyendo actores e instituciones) como algunos de los efectos nocivos de los medios masivos de información.

Por su parte, sus "oposidores intelectuales" destacan el papel que han cumplido los medios al poner a disposición de la población general volúmenes crecientes de información política. Un número cada vez mayor de ciudadanos de la sociedad posindustrial no sólo tienen la educación y las destrezas necesarias para procesar esa información y desarrollar una acción política autónoma, sino también los valores de autoexpresión -o posmaterialistas- que crean la motivación para hacerlo, y los recursos materiales y las conexiones sociales para llevarlo a la práctica (Jorge: s/f <https://cambiocultural.org/temas-clave/efectos-politicos-de-los-medios>).

Pero no sólo resultan interesantes los planteos recientes, hace más de dos décadas Pierre Bourdieu efectuó un análisis que merece tenerse en cuenta. Entre otras afirmaciones, sostuvo que "el campo periodístico produce e impone una visión absolutamente particular del campo político cuyo principio se asienta en la estructura de aquél y en los intereses específicos que engendra en los periodistas". Y agregó que "en un mundo dominado por el temor a ser aburrido y el afán de divertir a cualquier precio, la política está condenada a aparecer como un tema ingrato que se excluye en la medida de lo posible de las horas de gran audiencia. Pero los periodistas que invocan las expectativas del público para justificar esta

política de simplificación demagógica, no hacen más que proyectar sobre él sus propias inclinaciones, su propia visión; particularmente cuando el temor de aburrir les induce a otorgar prioridad al combate sobre el debate, a la polémica sobre la dialéctica y a recurrir a cualquier medio para privilegiar el enfrentamiento entre las personas en detrimento de la confrontación entre sus argumentos, es decir, lo que constituye el núcleo fundamental del debate: déficit presupuestario, reducción de los impuestos o deuda externa”.

“El sentimiento de que el mundo, tal como lo presenta la televisión, resulta inaprensible para el común de los mortales, se une a la impresión de que el juego político es un asunto de profesionales para impulsar, sobre todo entre la gente menos politizada, un desapego fatalista, favorable, evidentemente, al mantenimiento del orden establecido” (Bourdieu: 1997)

Bourdieu se mostró aún más punzante al declarar: “Las manifestaciones de éxito no son necesariamente las que movilizan a más gente, sino las que suscitan más interés entre los periodistas. A riesgo de exagerar un poco, podría decirse que cincuenta tipos listos que sepan montar bien un happening para que salga cinco minutos por la tele pueden tener tanta incidencia política como medio millón de manifestantes” (Hobsbawm: 2015).

Por su parte, Heriberto Muraro reflexionó: “¿En qué consiste la ‘videopolítica’. Es una creciente dependencia de las instituciones políticas respecto de los medios masivos de comunicación. Y está asociada a la pérdida de interés de los dirigentes políticos por controlar sus propios instrumentos de comunicación y a la adopción de formatos y estilos de mensajes tomados en préstamo de la publicidad comercial y la creación de equipos de especialistas en marketing electoral, en relaciones públicas y voceros de prensa. También a una creciente ‘personalización’ de la clase política; la transformación del candidato en vedette cuyo aspecto físico o desenvoltura ante las cámaras interesan más que sus programas o ideología” (Muraro:1998).

El mismo autor aclara: “La ‘videopolítica’ -afirmó- es diferente al ‘periodismo de investigación’. En la primera, los periodistas no juegan papel alguno cuando el mensaje consiste en una seguidilla de avisos de TV de un candidato o cuando deben adoptar un papel pasivo limitándose a reproducir opiniones ajenas. Es algo que hacen los políticos con los medios. En el segundo, los periodistas juegan un papel activo. Es algo que los medios hacen con los políticos” (Muraro:1998).

Otro aspecto que señala Muraro es que “Sin duda alguna, la videopolítica y el periodismo de investigación son contradictorios. Mientras la videopolítica es producto de las maniobras llevadas a cabo por los políticos para influir sobre el periodismo y la opinión pública a fin de incrementar su popularidad y prestigio; en

el periodismo de investigación las actividades de los medios están destinadas a influir sobre la opinión pública a través de la fiscalización de las actividades de los políticos” (Muraro:1998).

Y aclara: “No obstante la videopolítica y el periodismo de investigación tienen efectos convergentes. La función crítica por parte del periodismo obliga a los políticos a preocuparse por su imagen, a elaborar estrategias de comunicación cada vez más refinadas. A su vez, los medios se ven obligados a dedicar más tiempo y dinero a para monitorear no sólo las actividades de los políticos, sino también el clima social” (...) “Quizás el efecto principal de la videopolítica sobre la conducta de los dirigentes partidarios sea la ‘farandulización’ o la ‘espectacularización’ de la política”, (Muraro: 1998)

¿Constituyen los medios masivos de información una alternativa para la formación de la opinión pública en contraposición con las dirigencias políticas partidarias tradicionales?

La diversidad de autores y de puntos de vista en torno a este aspecto es muy amplia y a pesar de que hay numerosas interpretaciones recientes acerca de la problemática, es Heriberto Muraro quien ofreció -quizás- uno de los más ricos análisis aún pasadas dos décadas, más si tenemos en cuenta las agudas observaciones que efectuó por largo tiempo en el variable contexto de nuestro país. En su libro “Políticos, periodistas y ciudadanos” (1998), Muraro explicó: Dado que tanto los periodistas como los políticos compiten por el favor del público, una forma de resolver esos interrogantes es observar las conductas y expresiones verbales (“opiniones”) de los ciudadanos. Esto supone incorporar el tema de la opinión pública. La principal dificultad que presenta este enfoque estriba en determinar de qué manera podemos enterarnos, con un mínimo de objetividad, qué es lo que opina la ciudadanía y, en términos más amplios, a qué se llama opinión pública. (Muraro: 1998).

Si bien los políticos tanto como los periodistas realizan esfuerzos para monitorear el humor de la gente, sus opiniones al respecto no pueden considerarse decisivas. Siempre cabe la posibilidad de que estén sesgadas: los políticos deben atender prioritariamente a las demandas de los integrantes de su partido o a los colegas de su profesión; los periodistas están obligados a preocuparse por las opiniones de sus competidores y del público que los sigue habitualmente. Es sabido que tanto unos como otros sobreestiman su influencia, viven en un entorno “hipermediatizado” y suelen confundir a la opinión pública con aquello que cada bando piensa del otro.

La opinión pública es un constructo, una categoría tan dificultosa de acotar como las clases sociales, el público o la integración social. Una aproximación posible sería definirla como la opinión de aquellos que, sin ser políticos ni periodistas profesionales, se atreven a tomar la palabra en público para proponer alguna forma de organización de la sociedad.

Sin embargo, muchas de esas manifestaciones corresponden a actividades organizadas por minorías activas que, con frecuencia, están articuladas con los partidos políticos (y a veces con los medios, que las estimulan a crear acontecimientos políticos) o corresponden a "camarillas" de activistas que compiten por cargos en el seno de organizaciones no gubernamentales.

Otra alternativa consiste, siguiendo la tradición norteamericana, en tomar como indicador fundamental de los estados de la opinión pública a los resultados de las encuestas de opinión pública, de las mediciones de audiencia y de los comicios. Esto no implica que la opinión pública sea una simple suma de opiniones individuales y mucho menos que cada una de esas opiniones sea producto de un proceso mental al cual arriban los individuos con absoluta independencia de los demás.

Tampoco se pretende afirmar que la opinión pública se agota en las encuestas o en los escrutinios electorales. Existen muchas otras manifestaciones de ella. Tampoco se pretende que las encuestas de opinión pública "hablen por sí mismas". Toda investigación de esa índole está basada en hipótesis del investigador, supone elegir preguntas con verbalizaciones alternativas y métodos de procesamiento de "datos" cuantitativos o cualitativos, de tal manera que sus resultados no existen más que dentro de un marco teórico y del contexto de una interpretación determinada. Desde esta óptica la opinión pública no es, paradójicamente, pública sino privada. Corresponde a una masa de intercambios comunicacionales que los individuos realizan cotidianamente entre sí en ámbitos tales como su lugar de trabajo, las charlas de padres en una fiesta escolar, encuentros casuales con vendedores de comercios o cenas familiares en torno a temas que los notables estimaron pertinentes y también de otros ajenos a las declaraciones de aquéllos, es decir, elegidos espontáneamente por los interlocutores. La opinión pública es un diálogo de ciudadanos con otros ciudadanos o consigo mismos.

Las encuestas de opinión no son sólo un medio -por otra parte bastante torpe- para acceder a esos diálogos que arranca del supuesto de que, así como el sujeto puede conversar con sus pares o consigo mismo sobre temas de interés colectivo, también puede hacerlo con un encuestador.

El aspecto más relevante de los sondeos de opinión pública es que, aunque con limitaciones, permiten acceder a la agenda “de la gente” con independencia de la agenda de los políticos y de los medios, un tema que tiene especial importancia para los investigadores sociales debido a que no todos los cambios trascendentales de una comunidad se efectúan por intermedio de un debate público. No sólo las minorías activas pueden modificar el mundo en que vivimos; también pueden llevar a cabo esa tarea las “mayorías silenciosas”.

Todo lo que la investigación empírica puede aportarnos es una visión del espacio público como un proceso permanente de convergencia y divergencia entre políticos, periodistas y ciudadanos que se fusionan y dividen entre sí en torno a temas de interés colectivo. Este es el aporte de Dominique Wolton al tema de la credibilidad de periodistas y políticos: ésta es considerada como el producto de un sistema de coaliciones y antagonismos que permite dos combinaciones básicas: la alianza del público con los políticos en contra de los medios o la alianza del público con los periodistas en contra de los políticos.

Actualmente, un lugar común del discurso académico es afirmar que “todos estamos mediados por los medios”, o sea, que la mayor parte o todo lo que sabemos y experimentamos, inclusive acerca de nuestros deseos, aspiraciones, valores y emociones, está mediatizado por la comunicación masiva. La generalización anterior es obviamente válida, pero corresponde al género de las afirmaciones inocuas.

Una tesis de esa índole sólo tiene significado si es posible hacer referencia a sujetos no mediados por los medios. Por ende, resultará imposible despejar cuáles son las modificaciones en los procesos cognitivos que, de manera específica, introdujeron los medios. Es decir, su “teoría” de la mediación es indeterminada: supone que “algo” modificó la mediación mediática, pero no puede indicarnos qué es ese algo. Frente a esa concepción de las relaciones entre ciudadanos y la comunicación social existe otra, ajena al supuesto de la pasividad del receptor, cuyo origen puede remontarse a la obra de Alfred Schutz; es decir, a sus reflexiones sobre “el mundo de la vida” o de la construcción social de la realidad. Desde esta teoría de los fenómenos sociales el mundo de los medios no es sino uno de los muchos ámbitos en los cuales se “mueven” los actores sociales. Cada uno de esos ámbitos ha construido intersubjetivamente, de modo que le corresponden reglas de interpretación y de repertorio de señales específicas que los individuos tomarán en consideración para adoptar, dentro de ellos, decisiones normativas estratégicas.

En síntesis: no todo el mundo que se vive es "de segunda mano", si bien la frontera entre lo experimentado y lo mostrado por los periodistas y dirigentes políticos es muy difícil de trazar.

Dada la multiplicidad de las esferas en las cuales se mueve el actor social, éste asume la tarea, por definición no rutinaria, de resolver el pasaje de una a la otra y, aunque sólo sea de manera precaria, de armonizarlas en una representación de sí mismo, es decir, de restaurar cotidianamente su identidad. Afortunadamente, para la elaboración de esas síntesis, la experiencia inmediata, la del mundo en que "está a la mano" y el saber de sentido común que ella supone, son prioritarias para el actor. Desde este territorio, el espectador -cuya condición de tal ya supone un saber implícito de las reglas inherentes a cada género de comunicación- evaluará tanto lo que dicen los políticos como los periodistas, elegirá entre las diversas versiones de los notables y realizará su propio diagnóstico acerca de cómo marchan las cosas. Dicho de otra manera: el receptor enfrentará al emisor como si fuera otro actor social al cual puede contestarle con "sí" o con "no", según las circunstancias.

La prioridad de la experiencia inmediata tiene una consecuencia fundamental: las representaciones de los medios suelen ser -salvo en el caso de los trastornos sociológicos graves- consideradas como tales.

El receptor es, en cierto sentido, realista y empirista: todo lo que está en el intelecto debe darse a los sentidos, todo lo que se dio en la pantalla debe ser experimentado "en vivo y en directo".

Ello explica no sólo algunos aspectos estructurales de la actividad periodística sino también del género "periodismo" y de los subgéneros que éste integra.

El uso de recursos especialmente dirigidos a provocar la ilusión de realidad muestra a las claras que la función de los medios es satisfacer esa necesidad de ver por sí mismos.

¿Por qué o para qué el receptor quiere ver por sí mismo? Sencillamente, para sacar sus propias conclusiones al respecto, para formular un juicio crítico que a posteriori pueda servirle de punto de partida para tomar decisiones, algunas de ellas referentes a los actos tales como votar o no a un candidato. La actividad crítica hacia la sociedad y sus integrantes no es una prerrogativa de un grupo de notables o de intelectuales, sino una habilidad primaria más o menos desarrollada en los individuos, tanto como la orientación espontánea de todos los actores sociales a "tomar nota" de lo que hacen o dicen los demás.

La actitud crítica del receptor implica también que él prefiera a los periodistas críticos, es decir, lo que muestren lo oculto, se cuelen por los recintos mejor custodiados, presenten documentos más secretos, fotografíen a los notables en los

momentos más dramáticos o más ridículos, reproduzcan los lapsus o furcios de los oradores, las contradicciones entre ellos o de un notable respecto de sí mismo. En fin: se inclinarán por todo aquello que permita al receptor acceder a “la realidad”. En este sentido, el mayor recurso del periodismo es la curiosidad y la desconfianza de los ciudadanos.

¿Qué tipo de interrelación predomina entre las dirigencias políticas partidarias tradicionales y los medios masivos de información?

El espacio público político es el “lugar” de competencia entre diferentes tipos de actores que toman la palabra para debatir cómo debe organizarse la sociedad. Cada uno de esos actores -los “notables”- se esfuerza por persuadir a los demás protagonistas para que apoyen activamente sus propuestas y para neutralizar a sus opositores actuales o potenciales. Paralelamente buscan volcar en su favor a los ciudadanos que, a manera de espectadores, se asoman periódicamente al espacio público. Lo que está en juego es el poder. Y el acceso al poder en una democracia requiere ganarse algo que -de manera deliberadamente genérica- puede denominarse como “el favor del público”. Este consiste en una amplia gama de conductas de los espectadores.

Los políticos aspiran a obtener de los ciudadanos el voto, la afiliación, la militancia voluntaria, la aceptación de cargos partidarios o candidaturas, la concurrencia a actos o la adhesión a manifestaciones de protesta, las donaciones de dinero o bienes. Los medios o periodistas buscan de su público la compra de un diario, la lectura de un texto o la exposición al programa de radio o televisión, la cita de terceros como fuente autorizada. Los intelectuales procuran de sus lectores la compra de libros o revistas especializadas, la consulta a cambio de honorarios, la cita de sus opiniones, la concurrencia a actos culturales.

Para todos los notables, el favor del público puede definirse como la aceptación de las propuestas de un actor determinado -persuasión-, la toma de decisiones a favor del triunfo de aquellas -selección- y la realización efectiva de actos que contribuyan a lograr los objetivos elegidos -participación-.

En una democracia, la mayoría de los habilitados para votar deben ser dueños de una cuota mínima de poder suficiente para cambiar periódicamente a los gobernantes. En el espacio público democrático la última palabra, idealmente, corresponderá a la opinión pública y ella será la principal fuente de reconocimientos.

Aun cuando la cara más visible del espacio político sea la competencia entre los notables, éste supone un alto grado de cooperación entre todas las partes

involucradas -incluyendo al público- en el cumplimiento de ciertas reglas de juego. Esas formas de cooperación excluyen en la esfera política el uso de la violencia abierta, el terrorismo, los golpes de Estado, el asesinato de los contendientes; y del libelo, la injuria, la difusión de expresiones racistas o la invención pura y simple de noticias en la esfera comunicacional.

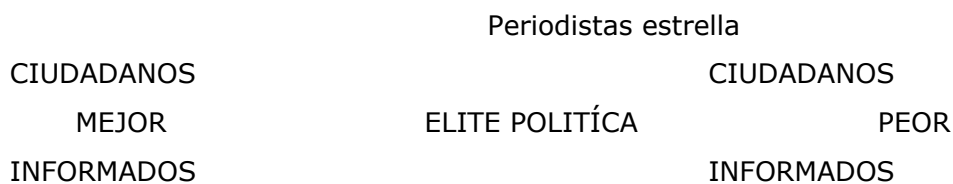
El esquema -persuasión/selección/participación- no sólo vale para cualquier actor político en relación con el conjunto del público, sino también respecto de los demás notables, sean ellos sus "colegas" o no. A simple vista, el espacio público es un complejo sistema de intercambio de reconocimientos entre notables de distintas o iguales especialidades.

Las relaciones de reconocimiento no pueden interpretarse adecuadamente en términos de canje de bienes o valores; lo que vale para las relaciones entre cierto tipo de notables no se aplicará necesariamente para todos ellos y, mucho menos, a los espectadores. La acumulación de reconocimientos de una persona la autoriza a tomar la palabra en público, a formular críticas y propuestas y, en caso necesario a dictar órdenes que puedan perjudicar a terceros sin que ellas sean -normalmente, pero no obligatoriamente- resistidas. El juego del poder es siempre asimétrico y competitivo.

En el caso de la persuasión, toda intervención en el espacio público apuntará no sólo a buscar el consentimiento de la validez y pertinencia de determinado mensaje, sino también a lograr la credibilidad de la fuente. Esto es particularmente evidente en el caso de los medios de comunicación masiva.

Así, es factible determinar la topología del espacio público político:

PERIODISTAS



CLASE POLÍTICA

Oposición Oficialismo

EXCLUÍDOS

A simple vista, el aspecto más visible de esas interacciones -aunque no el que más interés suele despertar en el público- es su mutua dependencia. Sin la concurrencia de los medios los dirigentes partidarios no podrían hacerse conocer por sus votantes potenciales y los funcionarios no lograrían enterarse de la sanción de las medidas que pueden afectar sus vidas cotidianas.

Por otra parte, la mayoría de los medios tampoco podrían existir si los políticos se negaran a dirigirles la palabra. Y nada indica que esa tendencia pueda revertirse en el futuro.

La mutua dependencia de periodistas y políticos va en realidad más allá de lo dicho. No se trata, meramente, del diálogo público a la manera del que ocurre en las conferencias de prensa; también en la intimidad existe un intenso tráfico de información e intercambio de conjeturas acerca de la posible evolución de los escenarios políticos entre ambas partes.

Los políticos y periodistas, por así decirlo, practican permanentemente el *off the record*. La relación entre ellos puede ser considerada, según la calificación de algunos autores, como "perversa" o "neurótica", pero sin duda es permanente y rica. En parte, ello se debe a que nadie se parece más a un político que un periodista; en realidad, ambos tienen funciones relacionadas con el escenario público y, por así decirlo, su principal instrumento de trabajo es la palabra.

No obstante, el aspecto que mayor interés despierta de las relaciones entre periodistas y políticos es su mutua competencia, la cual pasó a ser un componente básico del periodismo de investigación. Se espera que el periodismo coteje permanentemente los proyectos o planes del oficialismo y de la oposición.

El periodismo también tiene la función, aunque no encaja en el esquema racionalista, de dramatizar los acontecimientos colectivos para expresar vagamente algo que podríamos denominar como los "climas de opinión".

Varias de las funciones enumeradas no se asignan exclusivamente a los periodistas: se espera que alguna de ellas sean también desempeñadas por los dirigentes políticos, especialmente los de la oposición. Los hombres de prensa están eximidos de proponer soluciones para los males sociales, aunque no tienen vedado formular sus opiniones al respecto.

Es sumamente difícil que todos los medios o todos los políticos puedan perder credibilidad a la vez. Lo más probable es que el desprestigio de una de las partes beneficie a la otra. Pero tampoco cabe dejar de lado la posibilidad de que ambos sean considerados con creciente indiferencia, incluso con desprecio, por el público. Los espectadores pueden ir retirándose de la platea por entender que el periodismo político ya no dice nada de interés y dedicar su tiempo libre a mirar los programas

de entretenimiento o las páginas de deportes. Esto es lo que podría estar sucediendo con los jóvenes de este país quienes, después de un breve período de luna de miel con la democracia, parecen haber disminuido notablemente su participación en los partidos políticos.

También son factibles las catástrofes. En los períodos de apertura de un proceso revolucionario puede producirse un súbito retiro de los notables del régimen anterior en beneficio de espectadores desconocidos que se transforman en actores, como si el público hubiera decidido invadir el escenario.

Ningún régimen político puede constituirse como tal sin trazar la frontera entre aquellos que pueden hablar y los que deben limitarse a escuchar. Normalmente, cuando se piensa en la competencia entre dos actores se da por supuesto que el objetivo de cada uno es conservar intacto el propio territorio y ocupar tanto como se pueda del otro. En el caso límite, el triunfo de cualquiera de las partes implicará la exclusión de la otra. Obviamente, esto es lo que sucede cuando los dirigentes políticos compiten por cargos electivos y no electivos. En cambio, la competencia por el favor del público entre periodistas y políticos no encaja dentro de ese modelo: normalmente, los primeros no aspiran a desempeñar cargos públicos y los segundos no desean emplearse en una empresa periodística.

En dicha perspectiva se ubicó Dominique Wolton cuando señaló que el periodismo y los políticos operan sobre criterios de legitimidad diferentes para el periodismo, la veracidad de sus informaciones; para los políticos, el voto de los electores.

Sin embargo, la existencia de fuentes de legitimidad diferentes no excluye la competencia permanente entre periodistas y políticos. El modelo anterior del funcionamiento del sistema político y de los medios en una sociedad democrática sería excesivamente grosero si no tomara en cuenta que no sólo supone cooperación y competencia entre políticos y periodistas, sino también en el interior de ambos sectores.

Esa competencia interna abre automáticamente la posibilidad de relaciones de intercambio cruzadas entre ellos, de alianzas de un grupo político y un medio en perjuicio de otros grupos políticos y otros medios. Estas son las asociaciones de "colusión".

Lo curioso de esos entrecruzamientos es que la contienda se entabla entre personas que corresponden a líneas internas de un mismo partido. También suele suceder que la filtración a la prensa sea provocada por un dirigente que emplea su conocimiento de algunos hechos comprometedores para terceros como un regalo que remite a un periodista con la esperanza de ganarse el favor de la prensa.

En general, podría decirse que la difusión del periodismo de investigación es directamente proporcional al nivel de conflicto interno dentro de una institución política.

Esos procesos de difusión de información “comprometedora” son producto de la retroalimentación existente entre la videopolítica y el periodismo de investigación: cada vez es mayor la frecuencia con que los notables intentan multiplicar la potencia de sus presiones sobre sus pares apelando a campañas de prensa, aunque eso suponga involucrar en sus conflictos “internos” no sólo a los periodistas, sino también a la ciudadanía.

El resultado de estas interacciones a través de los medios es que las páginas de los diarios, los noticieros y los programas de opinión de radio y televisión dejan de ser los instrumentos de difusión del contenido de debates ocurridos en otros ámbitos, para pasar a ser el lugar mismo donde ocurren.

La anterior descripción de las actividades de colusión puede extenderse sin mayores retoques a los conflictos que se suscitan entre funcionarios y grupos empresarios o entre diferentes corrientes del empresariado.

El uso de los medios como recurso político también puede observarse entre la ciudadanía en general, ya se trate de individuos aislados o de grupos informales sin ninguna organización.

Cabe notar que debido a la existencia de un doble juego de competencia -la inter y la intrasectores- el enfrentamiento entre el conjunto de los medios y el conjunto de la clase política es un fenómeno excepcional. Hasta en los momentos de mayor tensión entre ambos -como sucediera en los años setenta con la expropiación de algunos canales de televisión en la Argentina o en el Perú- la estructura básica del conflicto involucró a un partido o a una facción política oficialista versus una alianza de facciones de la oposición y de medios privados.

Dadas las características actuales de la industria cultural y los límites de la acción partidaria dentro de una democracia ampliada, el escenario más frecuente de confrontación entre políticos y periodistas se estructura de la siguiente manera: por un lado, el partido oficial apoyado sistemáticamente por los medios oficiales (si existen) y de manera débil por una periferia de medios; por el otro lado, el conjunto de medios que adopta una actitud crítica, laxamente asociados con los partidos de la oposición o efectivamente independientes. El meollo de este escenario es, pues, gobierno versus periodismo independiente; no una confrontación entre el partido oficial y los partidos de la oposición.

Los anteriores esquemas de confrontación entre periodistas y políticos no son, obviamente, los únicos posibles. En todo momento, el sistema basado en las reglas de cooperación, competencia y colusión estará sujeto al realineamiento de sus

integrantes, al ingreso o egreso de protagonistas del escenario político y a modificaciones de las estrategias coactivas o discursivas de aquéllos.

¿Con qué nivel de exactitud podemos determinar los efectos que causan los medios masivos de información sobre la opinión pública en general?

Si bien los debates más álgidos vinculados con esta temática se expresana través del enfrentamiento entre los seguidores de la Teoría Liberal y los de la Teoría Marxista, los análisis son aún anteriores. Los psicólogos de la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX señalaban que el pueblo no estaba formado por ciudadanos (tal como decía la Ilustración y la Revolución Francesa), sino por multitudes y masas que se comportaban como tales. Se recurrió a la explicación psicológica de los instintos para entender ciertos comportamientos sociales y supeditaron a opinión pública a la racionalización de ciertos impulsos.

Tarde y Le Bon (1890-1893) remarcaron la importancia de la imitación y la "ley de contagio mental": las emociones y las opiniones se comunican y por eso se multiplican y refuerzan. Tarde estableció la diferencia entre multitud y público y analizó a la opinión pública desde los públicos expuestos a los medios de comunicación. Así, las explicaciones brindadas por los Psicólogos de las Multitudes dominaron el nuestro escenario científico hasta la finalización de la Gran Guerra. Seguidamente, los Teóricos de la Sociedad de Masas -entre ellos se destacó Scheller- fueron quienes impusieron el punto de vista que prevaleció en los análisis. Con el fin de sintetizar el cuadro de situación, podemos observar que, mientras los estudiosos que tomaron los preceptos liberales y los de la Psicología de los Instintos fueron avanzando hacia lo que luego de la Segunda Guerra Mundial se conoció como "Teoría Funcionalista" que defendió el papel de los medios masivos de información en pos de mantener el orden y equilibrio social (*satus quo*). Algo que puede parecernos descabellado hoy día, no resulta tan así al considerar que esos teóricos no hacían otra cosa que avalar tres atributos muy poderosos de los Estados Unidos de América: era una de las potencias más importantes del planeta, poseía un sistema de gobierno sumamente estable (la democracia era claramente más beneficiosa para la población que las monarquías europeas), y tenía una prosperidad económica apabullante. Entonces, ¿para qué cambiar? Por ello, desde el Funcionalismo todas las explicaciones sobre los efectos de los medios masivos de información sobre el público resultaban definitiva y mayoritariamente beneficiosos. Desde distintas disciplinas, científicos

como Lasswell, Lazarsfeld, Merton, Nixon, Shannon, Weaver y muchos otros trazaron razones y esquemas que apuntalaban el rol positivo de los medios para la sociedad. Como contrapartida, los seguidores de la Teoría Marxista y de los Teóricos de la Sociedad de Masas, acorralados por la crisis política, económica y social que afectaba a Europa -en los mismos tiempos del esplendor americano- culminaron desarrollando la Teoría Crítica y creando la Escuela de Frankfurt. Científicos como Adorno, Horkheimer, Marcuse y Habermas, entre otros, demostraban cómo los medios masivos de información empleados por la propaganda nazi y fascista se convertían en herramientas de supresión de los derechos del pueblo.

Ya en los años 60, se produciría un nuevo análisis sobre los efectos, pero esta vez en América Latina, donde autores como Pasquali, Kaplún, Freire, Prieto Castillo, etc., intentaron una visión superadora de la Teoría Crítica, a fin de proponer otro tipo de relación social. Y muy acertadamente distinguieron la ya trillada y nefasta influencia de los medios masivos de información de los procesos estrictamente comunicacionales (que excluían a los medios) en pos del respeto y el bien de los pueblos.

Actualmente, la pregunta de este ítem se concentra en las dos teorías antagónicas mencionadas con anterioridad: la de la "Movilización Cognitiva" (asimilable a la antigua Funcionalista) y la del "Malestar Mediático" (con puntos coincidentes derivados de aquella Teoría Crítica), pero todavía no hay evidencias contundentes para establecer la comprobación fáctica de una sobre otra posición. No obstante, sí son más los especialistas que se inclinan a sostener que en nuestros días predomina la "Teoría del Malestar Mediático".

Y tan es así, que "algunos autores piensan que Internet reforzará el cinismo político, al reproducir o exacerbar las tendencias presentes en el resto de los medios. Se dice que la velocidad de la comunicación electrónica y la ausencia de mediadores -*gatekeepers*-, que ejerzan la función de monitorear la exactitud de la información, podría crear una situación anárquica en la que los hechos sean reemplazados por los rumores. Minúsculos grupos antisistema neonazis, racistas- tienen oportunidad de amplificar su voz por medio de Internet" (Jorge: s/f <https://cambiocultural.org/temas-clave/efectos-politicos-de-los-medios>).

¿Podemos anticipar el panorama futuro de la relación democracias/medios masivos de información?

Así como traté de demostrar una visión bastante aproximada a lo sucedido en mi nota de opinión denominada "Democraticidio argentino"; también es obligatorio exhibir la errónea conclusión expresada en mi Ponencia titulada: "¿El periodismo

garantiza la supervivencia democrática?”, presentada en el VII Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación - ALAIC 2005.

En aquella ocasión, los acontecimientos políticos, económicos y sociales que habían ocurrido en la Argentina me llevaron a preguntarme (con absoluto sustento científico en el análisis previo): “¿Hasta cuándo podrá sostener el periodismo al sistema democrático argentino si sus dirigentes -de casi todas las jurisdicciones y sectores sociales- no revierten inmediatamente sus acciones? Sinceramente, no lo sabemos; pero mientras esperamos, tratemos de opinar y participar para no ingresar a una interminable agonía cívica” (Lamanna: 2005).

Por ello, a esta altura de los hechos, responder esta última pregunta resulta en extremo difícil. Pero eso no es un impedimento para describir el momento histórico que atraviesa la Argentina y que se presenta de una manera absolutamente semejante en otros países del mundo.

Diversos hechos y fenómenos han venido sucediendo a partir de la extinción de la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas. Entre ellos, quizás los más preocupantes sean la supervivencia del Capitalismo como único orden o sistema económico y social (hecho que popularizó Francis Fukuyama en 1992, pero inicialmente anticipó el sociólogo Daniel Bell en 1960); la permanente obsesión de los dirigentes políticos por conseguir, construir y conservar el poder una vez que acceden a él; el debilitamiento de las democracias sociales; el marcado fortalecimiento de las democracias neoliberales; el fortalecimiento de los sectores de derecha que en Europa ya reúne a grupos extremistas; el crecimiento del autoritarismo de los partidos gobernantes; la extrema concentración de los medios masivos de información en pocos grupos económicos cada vez más poderosos; la convergencia de poder omnímoda entre las elites políticas y económicas; y el extremadamente acelerado proceso de desarrollo de las nuevas tecnologías (donde se destacan las de la información).

Si tenemos en cuenta este último aspecto, sería bueno aceptar que pretender establecer los efectos que causan los medios masivos de información hoy día sería un esfuerzo más cercano a la adivinación que a la mismísima Ciencia. El crecimiento de Internet y sus derivaciones (como, por ejemplo, las redes sociales, etc.) nos alejan de toda posibilidad cierta de arribar a conclusiones certeras puesto que los objetos de análisis se modifican, varían y mutan a una velocidad tan acelerada que lo único que se mantiene relativamente constante es el incesante cambio de los fenómenos a abordar.

De este modo, los desenlaces posibles parecen ser -a priori- solamente tres: el dominio global de las democracias neoliberales (con el consiguiente incremento de los niveles de autoritarismo); el posterior resurgimiento de intelectuales similares a

los que dieron origen a la Teoría Crítica; y por último lo anunciado por el Premio Nobel Alexander Solzhenitsyn en la edición del 28 de noviembre de 1993 en el New York Times: "Aunque el ideal terrenal del socialismo y el comunismo se haya derrumbado, los problemas que este ideal intentaba resolver permanecen: se trata de la descarada utilización social del desmesurado poder del dinero, que muchas veces dirige el curso de los acontecimientos. Y si la lección global del siglo XX no produce una seria reflexión, el inmenso torbellino rojo puede repetirse de principio a fin" (Hobsbawm: 2015).

Por ello, ante semejante panorama, en vez de agotar esfuerzos por tratar de develar los efectos de los medios masivos de información, quizás sea el momento ineludible de afrontar EL DESAFÍO DE IMPULSAR PENSAMIENTOS ALTERNATIVOS AL MODELO HEGEMÓNICO MUNDIAL.

Bibliografía

Adorno, Theodor (1984). *Teoría estética* (trad. Fernando Riaza). Barcelona: Ediciones Orbis S.A.

Aristóteles (1985). *Política*. Barcelona: Ediciones Orbis S.A.

Bell, Daniel (2015). *El final de la ideología* (ed. Ángel Rivero). Madrid: Alianza Editorial.

Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre la televisión* (trad. Thomas Kauf). Barcelona: Editorial Anagrama.

Ferry, Jean Marc, Wolton, Dominique y Otros (1992). "La comunicación política: Construcción de un modelo". En *El nuevo espacio público*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Fukuyama, Francis (1992). *El Fin de la Historia y el último hombre* (trad. P. Elías). Buenos Aires: Editorial Planeta.

Galeano, Eduardo (2010). *Las venas abiertas de América Latina*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.

Gosselin, André (1998). "La comunicación política. Cartografía de un campo de investigación y de actividades". En *Comunicación Política*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Gingras, Anne Marie (1998). "El impacto de las comunicaciones en las prácticas políticas" (31-43). En *Comunicación Política*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Habermas, Jürgen (1982). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

Hobsbawm, Eric (2015). *Historia del Siglo XX* (trads. Juan Faci, Jordi Ainaud y Carmen Castells). Buenos Aires: Editorial Paidós SAIC. Publicado bajo el sello Crítica.

Jorge, José. Recuperado de <<https://www.foreignaffairs.com/articles/2018-04-16/democracy-dying>>

Jorge, J. Recuperado de <<https://cambiocultural.org/2018/05/20/crisis-de-la-democracia-y-desigualdad/>>

Jorge, J. Recuperado de <<https://cambiocultural.org/temas-clave/efectos-politicos-de-los-medios/>>

Kaplún, Mario (1981). "La comunicación participativa como praxis y como problema". *Ininco* N° 3. Venezuela.

Lamanna, Gabriel (2001, 28 de abril). En *Diario El Día*. La Plata, Argentina.

Aristóteles (1985). *Política*. Madrid: Ediciones Orbis S.A. Vol. II, p. 68.

Aristóteles. Vol. I, p. 126.

Lamanna, Gabriel (2003). "La participación política de los jóvenes". *Oficios Terrestres* N° 13, pp. 152-160. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, La Plata. Recuperado de <<http://cambiocultural.com.ar/investigación/jóvenes.htm>>.

Lamanna, Gabriel (2003). "Desde el fin de las ideologías, hasta el fin de la política". *Revista Textos* N° 2. Fun.dar, Democracia, Estado y Sociedad, Buenos Aires.

Lamanna, Gabriel (2005). "¿El periodismo garantiza la supervivencia democrática?". *Ponencia presentada en el VII Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación – ALAIC2005*. Recuperado de <<http://www.eca.usp.br/associa/alaic/boletim21/gabriellamanna.htm>>

Lazarsfeld, Paul y Merton, Robert (1982). "Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada", en *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gilli.

Marcuse, Herbert (1984). *El hombre unidimensional*. Barcelona: Ediciones Orbis S.A.

Martínez Pandiani, Gustavo (1999). *Marketing Político. Campañas, medios y estrategias electorales*. Buenos Aires: Ugerman Editor.

Montesquieu, Charles (1984). *Del espíritu de las leyes* (trads. Mercedes Blázquez y Pedro de Vega). Buenos Aires: Ediciones Orbis S.A.

Monzón, C (1997). *La opinión pública*. Madrid: Editorial Teknos.

Muraro, Heriberto (1998). *Políticos, periodistas y ciudadanos*. Capital Federal: Fondo de Cultura Económica S.A.

Neumann, Elisabeth Noelle (1993). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. (trad. Javier Ruiz calderón). Buenos Aires: Editorial Paidós.

Paramio, Ludolfo (1999). "Cambios sociales y desconfianza política: el problema de la agregación de preferencias". *Revista española de ciencia política* N° 1. España.

Paramio, L. (1999). "Sin confianza no hay democracia: electores e identidades políticas". *Revista internacional de sociología* N° 22. España.

Pasquali, Antonio (1972). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas: Monte Ávila.

Priess, Frank (1999). "Del mitin político a las cámaras de TV: la nueva cara de las campañas electorales en Latinoamérica". *Globalización, Democracia y Medios de Comunicación*. Buenos Aires: CIEDLA.

Rousseau, Jaques (1984). *El contrato social*. Madrid: Ediciones Orbis S.A.

Tocqueville, Alexis de (1985). *La Democracia en América* (trad. Marcelo Arroíta Jáuregui) Madrid: Ediciones Orbis S.A.

Wolf, Mauro (1987). *La investigación de las comunicaciones de masas* (trad. Carmen Artal). Barcelona: Editorial Paidós.